浅谈大型文艺晚会的直播形式
——以《2021 湖南卫视春节联欢晚会》为例

李青霏
（渤海大学 新闻传播学院，辽宁 锦州 121000）

摘　要：在抗击疫情的当下，虽然已经经历了一年的战斗，但是全国人民仍在与疫情做斗争。2021 年的春节是疫情后的第一个春节，关于疫情、乡情在各大卫视的春节联欢晚会中也有所体现，其中不仅仅带来的是走向新的一年的喜悦，还有对于未来的期许以及期待疫情早日结束的愿望。正因为疫情，近两年的大型文艺晚会一直采取线上的形式播出，本文以《2021 湖南卫视春节联欢晚会》（以下简称《湖南卫视春晚》）为例，将对大型文艺晚会的播出方式与形式展开探讨。

关键词：文艺晚会；直播；传媒；个性化；后疫情时代　　**中图分类号：**G624　　**文献标识码：** A
文章编号：1671-0134（2021）08-133-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.08.040
本文著录格式：李青霏．浅谈大型文艺晚会的直播形式——以《2021 湖南卫视春节联欢晚会》为例 [J]．中国传媒科技，2021（08）：133-135.

1. 疫情时代的直播

近年来，直播成为传媒业的一股新鲜血液。在疫情还未结束的当下，为了使传播度更广，越来越多的晚会使用直播的方式来举办，直播的形式不仅能够使传播度得到提升，还能够增加话题度，为晚会带来更多的浏览量与热度，并且带动传媒行业的发展。

《湖南卫视春晚》作为卫视春晚，不仅带来了喜庆的氛围，而且对观看直播的观众来说，虽然不是亲临现场，但是能够感受到过年的氛围。但是在视觉上的效果却令人感到有些单调，令人产生审美疲劳，如若将红色作为突出的颜色，用暖色调作为主旋律，视觉方面可能取得更好的效果。

一场能被人记住的晚会，才是成功的晚会，而每一场成功的晚会，一定是能使多数人产生情感共鸣的。办一场晚会需要深入了解观众的需求与喜好，以接地气的语言讲述百姓故事和社会关切话题，实现表演者和观者的情感共鸣。抗击疫情仍在继续，将抗击疫情作为一个线索，用抗击疫情主题贯穿整场晚会，可引起观众的共鸣。

由于疫情，现场观众的数量有限，因此采用线上直播的方式。在传统的直播中，或许保守的完成直播是正常流程，但是时间久了却会令人感到枯燥无味。直播元素必须新颖，比如此次晚会，在直播过程中，不仅有观众所看到的导播画面，更有多机位直播。这更好地迎合观众的需求，使观众具有可选择性，从而吸引观众。

多机位的直播不仅带来了良好的氛围，而且还带来了一场线上的弹幕交流。通过节目，展现了湖南地区人民的热情以及年味，也展示了湖南省各地的民俗，使当地的观众产生文化共鸣，给电视机前的观众和网络前的观众带来了文化的传播，弹幕上的互动，也传递了全国各地的一些风俗习惯，不仅仅是湖南的文化得以输出，全国各地的文化都能够在弹幕当中进行展现，以此带动文化交流。

湖南卫视的春节晚会不再单纯以年轻人为受众主体，为了更符合主流，吸引观看直播的群体，很多节目都更迎合晚会的主题。整场晚会的形式也都从“大家”讲起，由大到小，最终将故事的着眼点放到“小家”的身上，从小人物中映射出大道理，使内容更加接地气。不仅带动了大家的家国情怀，使观众感同身受，升华主题，还满足了观众的审美需求，产生愉悦感，同时也带动了观众互动。[1]

2. 直播对传媒行业的影响

在电视艺术中，电视文艺晚会是一种综合性强、艺术性强、思想觉悟高的节目形式，电视文艺晚会的现场感非常强，其欢快热闹的形式非常容易感染现场观众。随着新时代的到来，直播对于传媒行业的影响也越来越大，因此需要编导与策划与时俱进，积极策划正面营销。

由于疫情期间线上直播的形式越来越普遍，大型文艺晚会的录播反而渐渐淡出了大众视野。随着晚会直播的经验越来越丰富，晚会的直播也越来越具有挑战性。在过去一年里，文艺晚会的直播数不胜数，那么如何吸引更多的观众到自己的平台，对媒体工作者来说是一个巨大的挑战。

首先，直播的实时感。在一场晚会中，吸引观众的方式多种多样，其中偶像级的嘉宾是吸引观众的一个重要因素。由于很多粉丝无法到现场亲眼看到偶像，就会选择通过直播实时观看自己的偶像。其次，直播的实力。

在新媒体行业竞争激烈的当下，有实力才会有竞争力。湖南卫视的春晚之所以能够吸引众多观众，主要还是体现在综合实力上。及时发现并运用新媒体，及时创新，及时跟进媒体行业的发展，能够为平台的发展带来正面影响。最后，直播的时效性与新鲜性。对于传媒行业来说，要做到与时俱进，保持与时代同步，使直播更具有时效性与新鲜性。在直播时，时刻保持直播的新鲜感，幕后人员的压力非常大，现场难免会出现一些意外，那么如何应对突发问题，及时救场是对工作人员的新挑战。

电视文艺晚会最重要的是晚会的内容，其次是美感以及娱乐性。作为一场文艺晚会，娱乐性是带动整体氛围必不可少的因素。由于线上的实时直播，观众隔着屏幕观看与现场观看的氛围是完全不同的，因此对媒体平台来说，需要带动观众的情绪，吸引住观众的眼球，通过跌宕起伏的节奏与观众产生共鸣，从而使晚会的氛围达到高潮。[2]

常见的一个问题是导播与镜头的配合。在很多时候表演嘉宾本身会让人眼前一亮，但是导播播出的镜头却不足以表现出最吸引人的画面，甚至会出现镜头衔接僵硬的问题，导致视觉效果不好，因此在排练时仔细斟酌镜头的衔接是必要的。

直播时，线上线下都会有观众观看节目，每一个节目结束后会将其单独上传至平台，为粉丝提供了更大的方便。正是因为如此，在直播后单个节目的点击量也能够作为一项大数据，为日后的晚会做参考，能够更直观地体现节目的质量和价值，也能使直播工作获得更多的经验。

演员的选择也是编导需要结合晚会直播形式敲定的，一场文艺晚会需要根据主题来确定内容，从而对细节进行设计调整，以达到最好的播出效果。[3] 除此之外，主持人也是晚会直播成功的关键。主持人在拍摄期间能够掌控大局，带动氛围，将观众与晚会联系起来，作用至关重要。因此编导选好主持人能够直接关系到晚会的成功与否。

当然，主持人串联出整场晚会的前提是，编导有一份完整并且逻辑通顺的脚本，只有逻辑通顺，才能使得整场晚会节奏紧凑，顺利完成直播。这就可以看出，直播的发展对于传媒业的影响，直播的不断完善带动了传媒业的新发展，同时也能够刺激出新的运营形式，为大众带来不一样的视听体验。

3. 文艺晚会的个性化直播

一场好的晚会需要付出大量心血，每一场晚会虽然都有各自的特点，但同质化现象依然严重。各台的春节联欢晚会模式总是出奇的一致，春节联欢晚会作为一种晚会的模式，虽然可以维持传统，保持原本的模式，但是也需要进行个性化创新，在原有传统基础上突出特点。创新的表演方式或晚会脚本，能够带动观众的情绪，使氛围更热烈，晚会更成功。

文艺晚会在近几年层出不穷，从一开始只有春晚、元宵晚会等传统节日晚会，到如今双十一晚会、双十二晚会、6.18 晚会、抖音年会等等。晚会的数量在不断增加，晚会的主题也在不断创新，但是内容却一直大同小异。在需要创新的时代，只有新事物才更有吸引力，创新意识强则晚会优。晚会从原本的只有歌舞，到如今加入了杂技、魔术、朗诵、相声小品等多种形式，不仅是导演、编导在努力创新，而且表演嘉宾也在为之努力，希望能够以不同的方式与大家见面，推动创新。同时，创新是个性化直播的重点。湖南卫视从跨年演唱会开始创新了新的形势——多机位直播，多机位直播可供观众选择想看的角度，更加直观地欣赏节目，并且将原本免费的直播增加了收费项目——即开通会员方可收看多机位直播，也带动了其资本的运营。

《湖南卫视春晚》虽然大体还是常规的流程，但是在形式内容上尝试了舞台的创新。升降舞台通常是作为纯舞美出现，虽然提升了舞台的质量，但是很多时候会导致走位僵硬，不够流畅。而在这次湖南的卫视春晚中，升降 LED 舞台不仅作为舞美出现，还与节目相结合，使在演员嘉宾表演节目时，节目更具完整性，同时将伴舞和道具无法达到的效果展现了出来，使节目更加流畅。通过与升降台的配合走位，给节目带来更多的趣味，对于表演来说也是一种创新。演员的走位相较以往来说更自然，表演的内容更能够吸引观众，节目完整性得到提升。

场景的个性化是营造氛围的重要组成部分，节目内容的带动如果没有场景的营造，氛围感就达不到预想效果，节目质量就会大打折扣。不仅现场观众的体验不佳，线上观众的体验感也不够。在唱跳歌曲的舞台，舞美能够突出表演者所要表达出的感觉。比如《湖南卫视春晚》中集体婚礼的环节，以浪漫的氛围配合白色的布景，将集体婚礼的圣洁感体现了出来。如果仅仅是开着白色的镁光灯，播放伴奏，表演者唱歌，跟着预定的顺序出来唱跳，那么氛围是不够的。这样无法让观众将情感融入，观众的感受不深刻，直播的效果将大打折扣。

4. 后疫情时代的晚会直播

后疫情时代，不是我们想象的疫情完全消失，一切恢复如前的状况，而是疫情时起时伏，随时都可能小规模暴发，这对社会生活等各方面都产生深远影响。[4] 当下国内的疫情依然存在，经过全国上下的努力，疫情虽然得到控制，但是为了防疫，以直播的形式举办大型文艺晚会的次数只会越来越多。

直播的形式不但带动了更多观众的观看欲望，并且

能够有效减少人员流动与聚集，因此在后疫情时代，直播的形式不仅能够增加线上观众的娱乐，还能够为赞助商带来更多的利益，为防疫带来更多的便利，是一种值得延续下去的形式。

结语

随着时代的发展，大型文艺晚会的播出形式将会越来越多元化，线上直播的形式会更加常见、更加成熟。因此在晚会中，能否使观众获得最佳的体验感，才是大型文艺晚会在直播过程中需要做到的。节目形式的多元化，不仅仅带来了超强的氛围感，带动现场以及屏幕前观众的情绪，并且内容从大方向聚焦到小方向，更加贴近生活，不再使观众感到距离感，更容易引起共鸣。

文艺晚会在近几年，表演形式在不断改善，播出方式也在不断探索，从最初的录播到如今的多机位直播，经历了多年的探索，将舞台效果展现得淋漓尽致，吸引了万千观众的目光，获得了越来越好的效果。媒

参考文献

[1] 刘军．浅谈大型电视文艺晚会的主题策划——以《2020新年音乐会——扬帆远航大湾区》为例 [J]. 电视研究，2020（5）：89-90.

[2] 蓝添．湖南卫视《2019 中秋之夜》影视化沉浸式电视文艺晚会新探索 [J]. 科技传播，2020（4）：76-79.

[3] 周志红．新形势下电视文艺晚会的策划与编导 [J]. 传媒论坛，2018（23）：105.

[4] 王竹立．后疫情时代，教育应如何转型？ [J]. 电化教育研究，2020（4）：13-20.

[5] 胡智锋，陈寅．中国电视文艺内容创新与国际一流新型主流媒体建设 [J]. 电视研究，2020（1）：10-13.

[6] 彭振宇．论电视文艺导演的个性化创作和策划意识 [J]. 传媒论，2020（13）：65-67.

[7] 陈忱．大数据及融媒体技术在广电中运用论述 [J]. 中国传媒科，2020（12）：78-79.

[8] 苏哲，董仲秋．新媒体时代传统电视媒体的困境与转型思路研究 [J]. 中国传媒科技，2021（4）：44-45.

作者简介： 李青霏（1999-），女，河北石家庄，研究方向：广播电视文艺。

（责任编辑：李净）

（上接第132页）

短视频平台，非常的方便；另外它凭借其强大的功能、简易的操作成为很多人手机端的视频剪辑首选 App。

结语

从读图时代到读屏时代以来，伴随着媒介的发展和技术的进步，我们的生活也发生着悄无声息的变化。而 Vlog的流行是发展的必然结果，它的出现反映了当下以“95后”“00后”为代表的数字原住民的生活态度的转变趋势，因此 Vlog 也更加能够满足受众以及消费者的需求。伴随着 Vlog 的兴起，Vlog 广告在商业广告的优势凸显，它凭借着个性化视角下的共情传播，第一人称视角带来的沉浸式产品体验，垂直化的内容投放以及低成本大效果等特点，受到了受众和消费者的青睐。但是，由于目前 Vlog 进入中国时间不久，而 Vlog 广告的投放也是处于初期的探索阶段，有很多方面还存在问题，未来需要做的和思考的还有很多，希望政府、平台、公众在新时代的技术浪潮下，能够携手创造出一个健康和谐的广告环境。媒

参考文献

[1] 张强．探究新媒体环境下短视频的发展态势 [J]. 中国传媒科技，2020（03）：77-79.

[2] 朱晔蕾．Vlog 广告如何助力品牌传播和营销 [J]. 新媒体研究，2019（10）：82-84.

[3] 哔哩哔哩弹幕网站． 以 Vlog 关键词搜索 [EB/OL].https：//search． bilibili． com /all? keyword = Vlog

[4] 张箫月．网生短视频商业化分析——以“抖音”为例 [J]. 中国传媒科技，2018（7）：125-126.

[5] 国家互联网信息办公室．网络信息内容生态治理规定 [EB/OL].http：//www.cac.gov.cn/2019-12/20/c_1578375159431916.htm.

[6] 中国网络视听节目服务协会．《网络短视频内容审核标准细则》、《网络短视频平台管理规范》[EB/OL].http：//www.cnsa.cn/index.php/infomation/dynamic_details/id/69/type/2.html.

作者简介： 张海文（1997-），男，甘肃兰州，在读研究生，硕士学位，研究方向：新媒体。

（责任编辑：胡杨）